

餐饮行业创新

报告之一

# 越来越多特色大众餐饮 “高攀”写字楼



日料、日式烤肉、茶餐厅、私房菜、下午茶、甜品工坊……近来,建华大厦、天安国际、天之都大厦等,这些南京新街口地区的商务写字楼却因为其中的餐饮“楼中店”变得颇为热闹,成为不少在周边工作的白领和南京本地的吃货们呼朋引伴的觅食好去处。

专业调查显示,在中央限制三公消费后,餐饮市场被挤掉了泡沫,开始回归理性,高端餐饮在餐饮江湖的贵族地位已经一去不复返,那些经营理念寻求创新、巩固已有细分市场的大众餐饮以其强劲的发展势头,正成为餐饮江湖的中流砥柱。

现代快报记者 杨帆

## 写字楼开餐饮,也是一种“刚需”

工作日中午,就职于南京一家媒体的刘先生从公司所在处——长江路一路小跑冲往新街口方向,熟门熟路地走入南京建华大厦的大厅等候电梯。刘先生感叹,和他一样喜欢在写字楼里“觅食”的人群主要是和他一样的公司白领以及一些美食爱好者,“中午来就餐的人大多会选择各家店针对白领推出的特价午餐、订食,而到了晚上,特意前来寻找美食或者下班后和同事、朋友小聚的客人则会增多。”

事实上,写字楼内开设餐馆在南京早有“星火”,南京万福日本料理店的老板于亦芬告诉记者,十几年前,南京就曾出现过一波在写字楼里开设酒吧的热潮。“当年不少投资者都选择在写字楼里开设酒吧,比如现在仍在写字楼里营业的日式酒吧‘馨’就是我们在这一波

热潮里开设的。”随着一栋大厦里酒吧数量的增多,一些专门做轻食和夜宵的餐馆也随之兴起,补充酒吧经营范围有限的弊端,但餐饮真正开始兴起在写字楼里,也只是近两三年间。据了解,于亦芬此前一直经营一家日式酒吧,几年前她萌生了发展其他餐饮业务的想法,将这个想法向相熟的日本客人请教后,客人给她支招并传授了经营日本料理店应当注意的装修风格、餐点口味、经营等方面的知识和建议。经过一番周密的前期准备,于亦芬的日本烤肉店在南京日本料理界一炮打响。“一店的成功让我们有了开设分店的想法,恰逢在日本留学6年的弟弟回国,经过一家人商讨后决定为了区别于一店,将二店选址定在了写字楼里并于今年1月正式开业。”

## 写字楼适合经营特色餐馆

记者了解到,写字楼里开餐饮店是一种刚需。由于写字楼里人群密集,一般都是大单位,很多单位又没有食堂,因此在午餐时间存在着巨大的消费市场。写字楼里的餐饮都具有较好的私密性,也算是一种特色餐饮。在餐馆的选址上,经营者都会考虑白领相对集中的新街口区域。

“因为将餐馆开在写字楼里意味着放弃‘过路客’这部分消费者,但却拥有租金成本相对低廉的优势,所以需要那些对新事物嗅觉格外灵敏的消费者支持,白领就是很好的目标人群。”于亦芬告诉记者,在写字楼里开店的房租成本要大大小于临街店面,“万福在建华大厦店的经营面积为200平方米,而租金只是同面积临街店面的百分之三十左右,而我们对二店的设定本来就是主打生鲜类产品,这类产品的进价本身很高,如果在租金上的压力过大,那么我们菜品的零售价格则会更高,这样我们在消费者定位上可能会出现问题。”也正因为二店房租压力的降低以及一店积聚的口碑和人气,现在万福二店早早就实现了盈利。

除了在房租上的巨大优势,经营者们也都不要约而同地会依据自身的经营模式、经营内容去考虑是否入驻写字楼。“我的家私房菜”算是建华大厦里的“老字

号”餐馆,餐馆老板夫妇表示,从筹划餐馆之初,他们就将餐馆选址锁定在新街口附近的写字楼里。“我的家私房菜”经营面积为200平方米,室内一共放置了10桌左右的餐台,装修也主打温馨气氛。“经营这样一家盐城口味的私房菜算是兴趣所致,所以在餐馆收益上我们也没有过多的要求,餐厅人均消费定位在50元,属于中低端餐饮。”

“依靠口碑,回馈客户,踏踏实实经营”似乎已成为写字楼餐饮经营者的共同理念。在南京天安国际大厦经营一家甜品工作室的张雨秦也秉持相同的想法。“新鲜的用料、贴心的服务,从心底把客人当做朋友一样相处,只有这样才能真正留住客人。”

对于现在流行的新媒体运作手法也着实帮了有着媒体从业经验的张雨秦不小的忙。“早在这次创业之前,我曾运营过一个粉丝数超过3万的微信美食公众号,我利用这个公众号完成了开业之前的一系列市场调研和宣传活动,并且积累了数量可观的潜在消费者。”据张小姐介绍,尽管现在工作室处于试营业阶段,但会员人数已经超过50人,大大超出预期。而在今后的经营中,张小姐也明确表示将会持续运用微博、微信以及一些自媒体平台的优势长期宣传自己的品牌。

## 延伸思考

### 坚守写字楼VS回归沿街 是纠结的选择

尽管对越来越多的人来说,去写字楼寻找美食正在成为一种潮流,但写字楼配套设施上的局限却成为“写字楼餐饮”的硬伤,并制约了其蓬勃的发展态势——坚守写字楼和“还俗”回归沿街店铺,究竟哪个选择更有利于未来的发展,正在成为一些成熟经营者的又一个令人纠结的烦恼。

常去写字楼餐馆的资深吃货杨小姐告诉记者,去这些餐馆最怕碰上饭点或者上下班时间,这个时段挤不上狭小的电梯是最常见的囧事。而在上班时段,写字楼的停车场几乎爆满,找个停车位也相当不易。于亦芬称:“建华大厦的客梯只有两台而且空间非常狭窄,如果遇到用餐或是上下班高峰时间,一拨客人可能要分2到3次才能来到店里,体验十分糟糕。”

天安国际大厦经营甜品工作室的张小姐也遇到过类似问题,电梯需要住户刷卡才能进入电梯间,“我们会让工作人员去大堂接客人上楼,将接引工作当做服务的一部分,也算是化劣势为优势。”不过张小姐也透露,尽管如此,对于那些没有及时联系工作人员和第一次来的客人确实造成了一定的不便。

此外,写字楼餐饮商家还要受到油烟排放、垃圾处理以及噪音等诸多问题的困扰。“排烟管道每年都会进行改造,厨余垃圾的处理也确保有专人负责并且绝不会在大厦里过夜。”我的家私房菜负责人说。据了解,为了不给予别的住户造成困扰,有的经营者甚至会主动包揽周围邻居的卫生。

记者在采访中发现,绝大多数有开分店意愿的经营者均表示,如果能够找到价格、地段合适的临街门店,仍然会优先考虑临街门店或是入驻商业综合体。

一位资深经营者表示,写字楼餐饮经营范围有一定的局限性,目标人群对菜品品质、创新频率要求颇高,加上无法指望过路客这一重要客源,长期保证客流量成为众多经营者的首要问题,这样多少会对经营者心理产生不小的压力。这些都是造成经营者试图重返沿街店面“还俗”经营的原因之一。相比之下,那些打文化牌的餐厅反而更容易取得成功。